

DOI: <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-529-7-19>

**DETERMINANTS OF COMPETITIVENESS  
OF BUSINESS ENTITIES IN THE FIELD OF TRADE  
IN THE CONTEXT OF DIGITALIZATION  
OF THE UKRAINIAN ECONOMY**

**ДЕТЕРМІНАНТИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ  
СУБ'ЄКТІВ ГОСПОДАРЮВАННЯ У СФЕРІ ТОРГІВЛІ  
В УМОВАХ ЦИФРОВІЗАЦІЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ**

Сучасні тенденції розвитку світової економіки вимагають від суб'єктів господарювання у сфері торгівлі адаптації до цифрових трансформацій, які стали ключовим фактором підвищення конкурентоспроможності. Цифровізація бізнесу змінює підходи до управління ресурсами, маркетингових стратегій та взаємодії з клієнтами, сприяє не тільки підвищенню операційної ефективності, але й дозволяє зберігати конкурентні переваги в умовах глобалізації. Конкурентоспроможність підприємства визначається його здатністю продовжувати працювати у вибраній сфері бізнесу, коли макросередовище швидко змінюється, адаптуватися до його змін, створювати свої конкурентні переваги і на цій основі досягати кращих результатів діяльності, ніж конкуренти [1]. У контексті цифровізації, автор виділяє ключові аспекти цифрової трансформації конкретного бізнесу.

Інноваційний потенціал – використання сучасних цифрових технологій, таких як штучний інтелект, великі дані, хмарні обчислення, а також IoT (Internet of Things) або Інтернет речей – мережа речей, які підключені до мережі Інтернет. Ці речі включають IoT-пристрої і фізичні об'єкти, оснащені IoT, від споживчих пристроїв, такі як рішення для розумного будинку або трекери домашніх вихованців, і до індустріальних активів, таких як машини, роботи, нафтогазові комплекси або навіть працівники [2]. Це дозволяє підвищувати точність бізнес-прогнозів і ефективність управління.

Цифрова трансформація бізнес-процесів – автоматизація, інтеграція CRM-систем, електронний документообіг, впровадження технологій блокчейн для забезпечення прозорості та безпеки операцій.

Мобільність та омніканальність – застосування e-commerce, мобільних додатків, маркетплейсів, що дозволяє бізнесу залучати

клієнтів до різних сегментів ринку через ефективні точки дотику. Омніканальність – з погляду email-маркетингу, означає побудову комунікації з цільовою аудиторією з використанням різних каналів: email-розсилок, браузерних та мобільних push повідомлень, текстових повідомлень та месенджерів, наприклад, вайберу [3].

Доступ до даних та їх аналіз – використання аналітики для персоналізації пропозицій, прогнозування попиту, виявлення тенденцій на ринку та на основі них – адаптація стратегії.

Цифровий маркетинг – SEO, контент-маркетинг, соціальні мережі, таргетована реклама, яка транслюється конкретній аудиторії, що дозволяє брендам ефективно комунікувати з аудиторією та залучати нових клієнтів через різноманітні цифрові канали.

Рівень цифрової компетентності персоналу – навчання працівників цифровим навичкам для ефективного використання новітніх технологій у бізнес-процесах.

Гнучкість бізнес-моделі – здатність швидко адаптуватися до змін на ринку та технологічних нововведень, що включає моделі «as a Service» (IaaS, PaaS, SaaS) [4], та можливість масштабування бізнесу за рахунок використання гнучких платформи.

Умови цифрової трансформації вимагають врахування низки детермінант, які визначають рівень конкурентоспроможності підприємств у сфері торгівлі (табл. 1).

В Україні цифровізація торгівлі розвивається стрімкими темпами, що забезпечує конкурентоспроможність бізнесу не лише в межах національного ринку, але й на міжнародному рівні. Основними напрямками використання цифрових технологій у сфері торгівлі є:

- розвиток онлайн-торгівлі – зростання частки e-commerce, активне використання маркетплейсів для розширення каналів збуту та залучення нових клієнтів;

- автоматизація управління ланцюгами поставок – зменшення логістичних витрат, впровадження ERP-систем для зручного управління запасами та замовленнями;

- цифрові платіжні системи – поширення безконтактних платежів, електронних гаманців, впровадження криптовалютних рішень для міжнародних транзакцій;

- розвиток штучного інтелекту в персоналізованому маркетингу – адаптація контенту до потреб споживачів, застосування AI для прогнозування покупок. Технології штучного інтелекту (AI) відкрили незліченну кількість нових можливостей для бізнесу будь-якого розміру по всьому світу. Штучний інтелект надає глибоке розуміння, як ніколи раніше, і допомагає зробити багато бізнес-процесів ефективнішими [5];

- державне регулювання цифрової торгівлі – впровадження електронного документообігу, стимулювання цифрових інновацій через програми підтримки бізнесу;
- підвищення цифрової грамотності персоналу – програми навчання та сертифікації у сфері цифрової економіки, що допомагають співробітникам адаптуватися до нових вимог ринку.

Таблиця 1

**Детермінанти рівня конкурентоспроможності**

| <b>Детермінанта</b>    | <b>Опис</b>                                     | <b>Вплив на конкурентоспроможність</b>                                                                     |
|------------------------|-------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Технологічні інновації | Використання ІТ-рішень, автоматизація процесів  | Зниження витрат, підвищення ефективності, можливість постійного вдосконалення продуктів і послуг           |
| Оmnіканальність        | Посаднання онлайн-та офлайн-каналів             | Покращення клієнтського досвіду, забезпечення безперерійної взаємодії з клієнтами на всіх етапах           |
| Аналітика даних        | Використання великих даних для прийняття рішень | Оптимізація маркетингових стратегій, підвищення точності прогнозів та індивідуалізація пропозицій          |
| Цифровий маркетинг     | Використання інтернет-реклами, SMM              | Залучення нових клієнтів, підвищення пізнаваності бренду, ефективне використання ресурсів для таргетування |
| Кібербезпека           | Захист даних та транзакцій                      | Підвищення довіри споживачів, забезпечення безпеки онлайн-операцій та захисту приватної інформації         |
| Гнучкість логістики    | Використання цифрових технологій у поставках    | Скорочення витрат, покращення обслуговування клієнтів через інтеграцію ланцюгів поставок                   |
| Цифрові платформи      | Інтеграція бізнесу в екосистеми онлайн-торгівлі | Розширення ринку та клієнтської бази, створення нових можливостей для партнерства                          |

*Джерело: побудовано автором*

Впровадження цифрових технологій у сферу торгівлі стає важливим чинником підвищення конкурентоспроможності підприємств. Суб'єкти господарювання у сфері торгівлі в Україні мають можливість використовувати сучасні технологічні рішення для зміцнення своїх позицій на ринку та створення нових конкурентних переваг. Водночас

для ефективного розвитку цифрової економіки необхідне державне сприяння, зокрема, розвиток цифрової інфраструктури, сприятливе регуляторне середовище та стимулювання інноваційної діяльності підприємств.

### Література:

1. Бочко О., Кожушко П. Теоретичні підходи до дефініції «конкурентоспроможність підприємства». *Економіка та суспільство*. 2024. № 61. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-61-82>.
2. Інтернет речей (IoT). DEPS. URL: <https://deps.ua/ua/katalog/iot.html> (дата звернення: 30. 01.2025).
3. Непочатова Г. В. Омніканальність в e-commerce. *Економічні науки*. 2023. URL: <http://www.spilnota.net.ua/ru/article/id-4633/> (дата звернення: 28. 01.2025).
4. Хмарні технології: IaaS, PaaS, SaaS. IT Education Center. URL: <https://itedu.center/ua/blog/articles/cloud-technologies-iaas-paas-saas/> (дата звернення: 02.02.2025).
5. Найкращі інструменти штучного інтелекту для бізнесу. Unite.AI. URL: <https://www.unite.ai/uk/%D1%83/> (дата звернення: 02.02.2025).